

(証券コード：4920)

株式会社 日本色材工業研究所 会社説明会資料

2024年8月1日

代表取締役社長 最高執行責任者 (COO)
奥村 華代

常務取締役 企画・経理部長
霜田 正樹



人々の生活に色彩を提供し続け94年！
自社開発処方と仏国子会社2社を武器に
グローバル展開中の化粧品ODM



NIPPON SHIKIZAI



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

本日の発表内容

1. 日本色材とは
(事業概要・製品紹介など)
2. 中長期事業戦略ビジョン
3. 直近の業績・今期の見通し
4. 資本政策・株主還元

社長プロフィール

代表取締役社長 最高執行責任者 (COO) 奥村 華代

1999年3月	当社入社
2011年5月	取締役就任
2011年6月	経営統括本部経営戦略部長
2014年12月	営業統括本部国際営業部長
2017年4月	経営統括本部経営企画部長
2020年11月	管理部長
2022年6月	専務取締役就任 総合企画本部長
2023年5月	代表取締役社長 兼 最高執行責任者(COO)就任(現任)



グループ概要：株式会社 日本色材工業研究所（日本色材、NSI）

会社名（商号）	：株式会社 日本色材工業研究所	株式会社 日本色材工業研究所
	：Nippon Shikizai, Inc.	
代表者	：代表取締役会長 奥村 浩士	
	：代表取締役社長 奥村 華代	
所在地	：東京都港区三田五丁目3号13番	
資本金	：100,000,000円	
発行済株式数	：2,099,376株（2024年2月29日現在）	
グループ従業員数	：318名（外、平均臨時雇用290名） （2024年2月29日現在）	



つくば工場（茨城県）



1号棟



2号棟



3号棟

広野台倉庫（神奈川県）



座間工場（神奈川県）



本社（東京/管理部門）



営業部
研究開発センター

グループ概要：フランス子会社

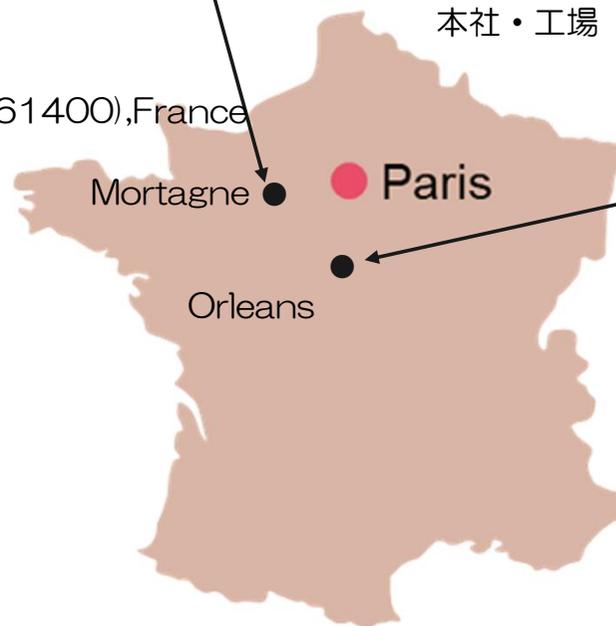
Thepenier Pharma & Cosmetics S.A.S. (テブニエ社、TPC)

設立年月日 : 1973年4月
 資本金 : 4,648,000ユーロ (2024年2月現在)
 資本関係 : NSI (100%)
 社長 : 蓼沼 直樹
 従業員数 : 121名 (2024年2月末現在)
 本社・工場 : Route Departementale 912,
 Saint-Langis-les-Mortagne (61400), France



- 医薬品
- スキンケア
- メイクアップ化粧品-マスカラ
 - リキッドファンデーション
 - UV製品
 - パウダー製品

設立年月日 : 2013年
 資本金 : 1,145,000ユーロ (2024年2月末現在)
 資本関係 : NSI (84.9%), TPC (15.1%)
 会長兼社長 : 蓼沼 直樹
 従業員数 : 38名 (2024年2月末現在)
 本社・工場 : 73 rue des Fougères, Saint-Cyr-en-Val 45590,
 France



● Sales Office
 ● Production Factory

Nippon Shikizai France S.A.S. (日本色材フランス社、NSF)



- メイクアップ
 - 油性製品(口紅、チーク、グロス)
 - パウダー製品
 - アイライナー
- パレット製品

沿革

○創業94年の老舗化粧品ODMです！

2022 東京証券取引所の市場再編に伴い
東京証券取引所スタンダード市場に移行

単位：百万円 ■(単体)売上高推移～2023年



^{*}GMPとは「Good Manufacturing Practice」の略称で、「製造管理および品質管理の基準」のこと。

当社の取扱い製品分野

○メイクアップ領域を中心に広く化粧品分野を扱います！

当社の取扱い範囲

スキンケア



スキンケアとは、肌を健やかに保ち、美しさを演出する化粧品のこと。

- クレンジング
 - 洗顔料
 - 化粧水
 - 美容液
 - クリーム
 - UVクリーム
- など

メイクアップ



メイクアップとは、肌の上ののせてより美しく見せる化粧品のこと。

- | | |
|------------|----------|
| ○ベースメイク | ○ポイントメイク |
| • 化粧下地 | • アイシャドウ |
| • ファンデーション | • アイブロウ |
| • コンシーラー | • アイライナー |
| • フェイスパウダー | • マスカラ |
| | • チーク |
| | • リップ・口紅 |
- など

中でも、「色材」を扱うことが得意！

当社の主な取扱い製品（メイクアップ中心に）

※写真は当社取扱い製品

肌をきれいにさせる、ファンデーション

化粧の土台、化粧下地

眉は全ての印象を決める！アイブロウ

目力強く、ライナー・マスカラ

シミそばかす隠す、コンシーラー

最後の仕上げ、フェイスパウダー

日差しをブロック、UVクリーム

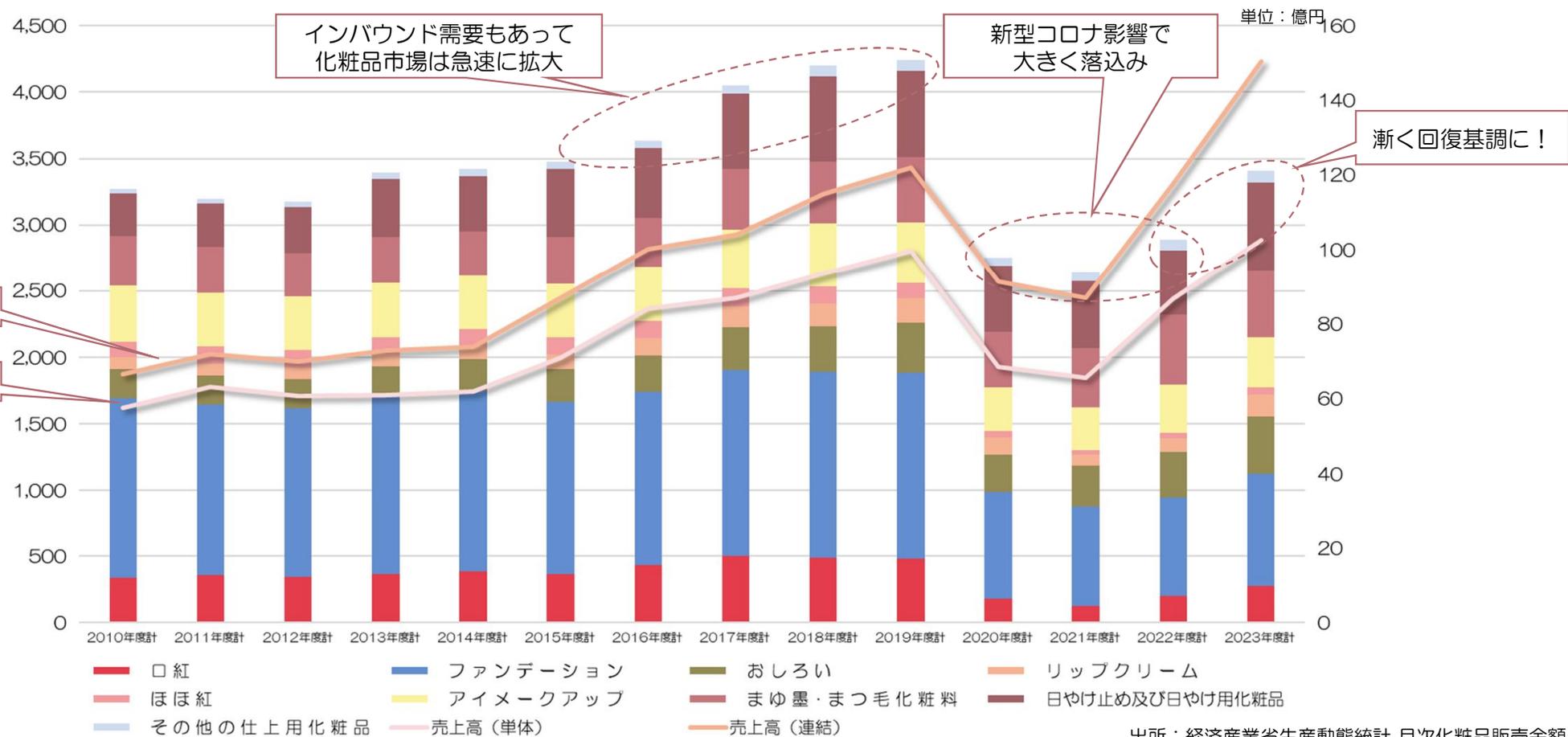
情熱的な唇に、リップ・口紅

目元を華やかに、アイシャドウ

血色良い肌に、チーク・フェイスカラー

市場動向：分野別国内出荷動向・当社売上高推移

○化粧品市場は、インバウンド需要もあって急激に成長した後、新型コロナの影響で一旦激減しましたが、漸く回復基調に！



化粧品ODM・OEMとは

○製造受託のみでなく、設計開発した処方で優位性を持ち、他社と差別化された「ODM」を目指します！

化粧品受託製造-ODM(Original Design Manufacturer)・OEM(Original Equipment Manufacturer)

- ・ODM：発注元企業のブランド名で販売される製品の、企画・処方開発・製造等を行うこと
- ・OEM：発注元企業のブランド名で販売される製品を、発注元企業の指示通りに製造すること

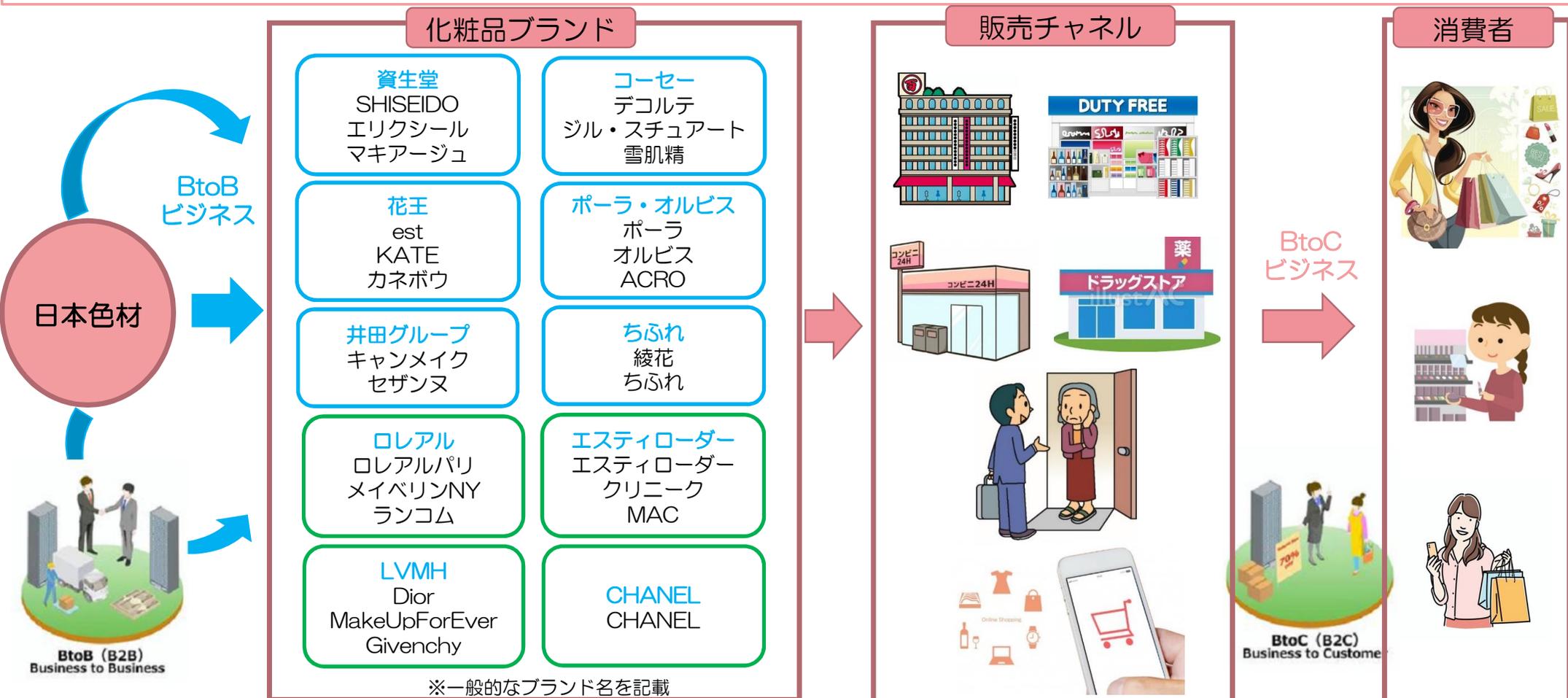
⇒日本色材は日本・フランスに工場を持ち、独自の開発処方を武器に、グローバルに展開するODMです。

化粧品生産・販売工程



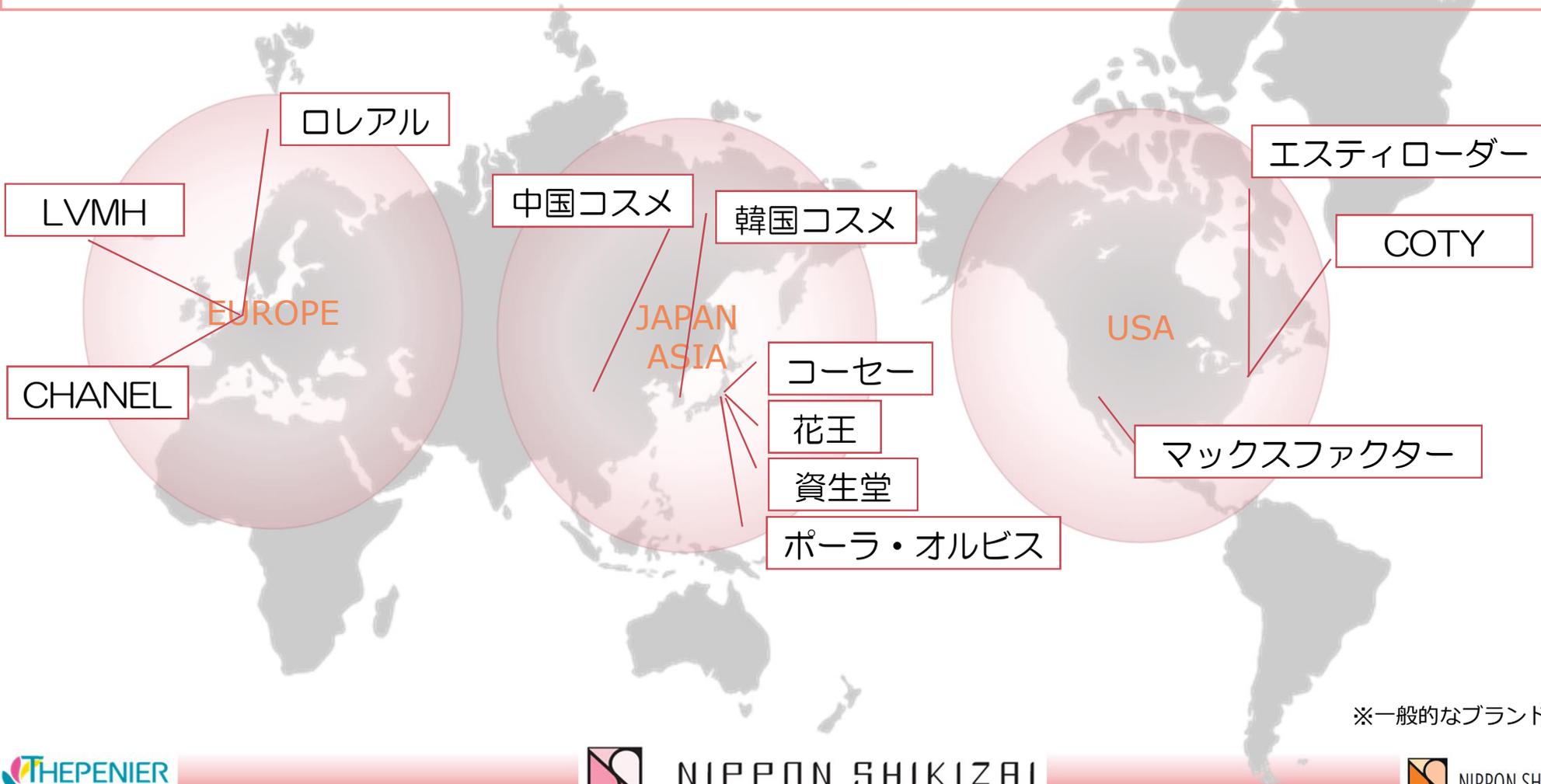
「黒子」として、皆さまの化粧ニーズに貢献 (B to B to C ビジネスモデル)

○当社の直接のお客様は各化粧品ブランドですが、様々なルートを経て、最終ユーザーは個人のお客様です！
 ・最終消費者のトレンドをフォローしつつ、各化粧品ブランドのニーズに対応する事で受注獲得を目指します



世界の化粧品ブランド・マーケットをフォロー

○世界中に様々な化粧品ブランドがありますが、欧州や米州の大手ブランドやアジアブランドもお取引先とする事で、グローバルな化粧品市場のトレンドをフォローします！



※一般的なブランド名を記載

日仏に生産拠点⇒メイド・イン・フランス、メイド・イン・ジャパンを可能に

○大手ブランドのグローバル販売に対応するには、日本とフランスに拠点を持つ事が「強み」となります！



THEPENIER PHARMA & COSMETICS S.A.S. (テプニエ社、TPC)



- 医薬品
- スキンケア
- メイクアップ化粧品-マスカラ
- リキッドファンデーション
- UV製品
- パウダー製品



Nippon Shikizai France S.A.S. (日本色材フランス社、NSF)



- メイクアップ
- 油性製品(口紅、チーク、グロス)
- パウダー製品
- アイライナー
- パレット製品

フランス拠点
を持つ強み

- フランスのグループ企業2社と国際営業部の連携で、欧米の流行/トレンドをフォロー。
- 化粧品において世界で通用する「メイド・イン・フランス」と品質で定評のある「メイド・イン・ジャパン」双方への対応が可能に。



NIPPON SHIKIZAI



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

フランス拠点を持つ事で、先行する欧州の規制動向をキャッチ

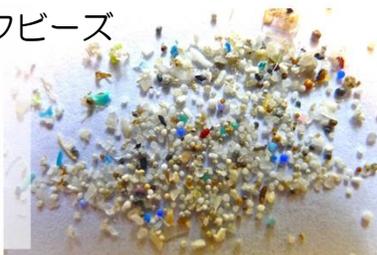
○フランス拠点の情報収集力で、欧米のトレンドや、海外原料規制に対応したクリーン処方の開発が可能！

研究開発の 強み

- 欧州ではSDGs等への取り組みが先行し、各種規制も世界をリード。
- フランス拠点の情報収集力も活かして原料等に関する海外規制調査・分析力を強化、顧客のブラック・グレーリスト（使用不可／使用抑制原料リスト）などの要求への対応を推進。高機能なクリーン処方をあらゆる剤型で提供する事を可能に。



【環境】
マイクロプラスチックビーズ
紫外線吸収剤制限
シリコーンフリー



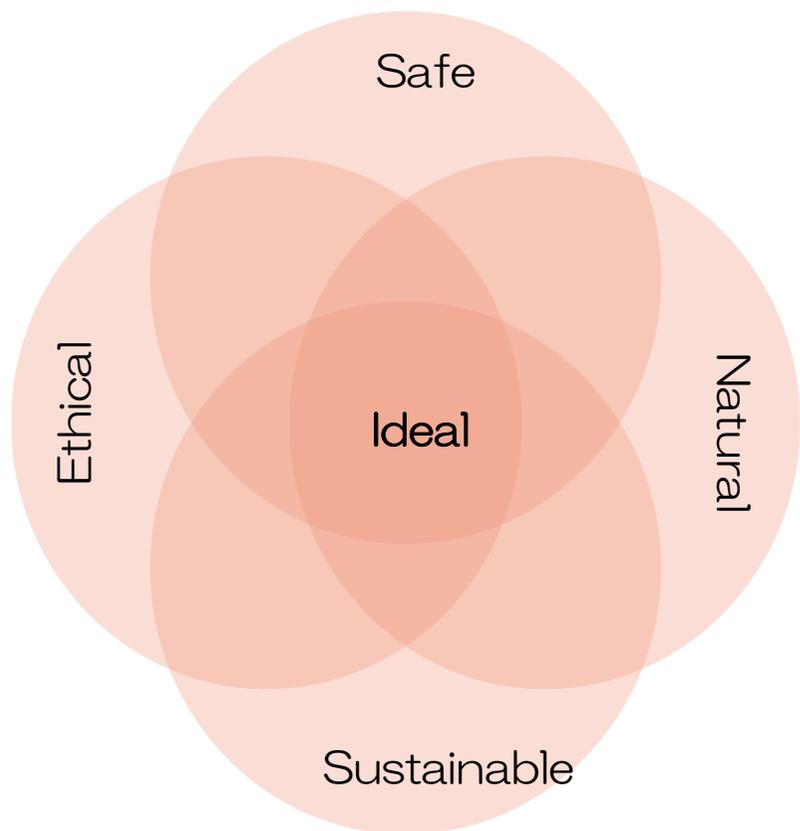
RSPO：認証パーム油



クリーン・ビューティーとは

○クリーン・ビューティーの潮流は不可逆と考え、グループ戦略の中心に！

4 Aspects of Clean Beauty



お客様のクリーン化ニーズに
合致した機能性処方の開発

1. 安全 (Safe)
2. 自然 (Natural)
3. 持続可能 (Sustainable)
4. 倫理的 (Ethical)

クリーン・ビューティーは複数の側面 (Aspect) を持っているが、いずれの側面から出発しても、理想 (Ideal) を目指すと他の要素が重なりはじめ、最終的には全てを兼ね備えた領域に到達する。理想に近づくほど開発難易度やコストは増大するため、現実的なポイントを探る必要がある。どこから出発するか、どの程度理想に近づけるかはお客様の要望によって変わる。

サステナビリティへの取り組み

○「クリーン・ビューティーに強い色材」としてサステナビリティにも積極的に取り組み！

- ・サステナビリティ委員会を設立、当社が取り組むマテリアリティ（重要課題）とKPIを明確化
- ・今後、部門横断でKPI（指標）の実現に向けて取り組み

マテリアリティ領域	項目	KPI（指標）
環境  つくる責任 つかう責任  気候変動に 具体的な対策を  海の豊かさを 守ろう  陸の豊かさも 守ろう	環境に配慮した製品作り	環境に配慮した処方設計の推進 自社購入パーム由来原料中の認証原料比率
	エネルギー消費量・温室効果ガスの削減	エネルギー使用量・CO2排出量の見える化
	資源の循環・ロスの削減	ペーパーレス化の推進 生産・物流資材等のリサイクルによる廃棄物削減
	パートナーシップ  働きがいも 経済成長も  つくる責任 つかう責任  パートナーシップで 目標を達成しよう	持続可能なサプライチェーンの構築
責任ある原料調達		責任ある調達に関する研修 新規原料採用時の重金属測定
容器・パッケージ		サンプル提案容器のサステナブル化
持続可能なものづくり  すべての人に 健康と福祉を  質の高い教育を みんなに  産業と技術革新の 基盤をつくろう	安心・安全な製品の提供	当社製造生産製品のリコール0件
	原料の消費抑制	バルク廃棄量率の低減
	継続的な従業員の教育	教育訓練時間
働き方・人財  すべての人に 健康と福祉を  ジェンダー平等を 実現しよう  働きがいも 経済成長も  人や国の不平等 をなくそう	女性活躍	主任以上の従業員に占める女性の割合 男性育休取得率
	人財の確保と育成・定着	ウェルビーイング調査 従業員定着率（3年後定着率）
	人権の尊重	多様性・差別・ハラスメント教育の実施

企業理念と戦略ビジョン

○企業理念の実現を目指し、長期Vision、中期事業戦略ビジョンを定めて事業に取り組めます！

企業理念

『私たちは、美しさと健康とを創りだすことで生活・文化の向上にも貢献します』

長期Vision /進むべき方向性

- ・メイクアップを中心に、グローバルに展開する、機動力のある、「Only One ODM」
- ・長期業績目標： 連結売上高300億円、営業利益率8%

中期事業戦略ビジョン (2022-2026)

コロナからの復活・回復のモメンタムを持続し、更なる成長に
(2024-2026)

3つの重点戦略

競争優位にある「強み」製品の強化と拡大

- ・メイク領域をフルカバーできる守備範囲の広さを「強み」に積極的な営業展開
- ・マスカラ、口紅、ファンデーション、UV、パウダーなど、競争優位にある製品群をさらにブラッシュアップ
- ・メイク製品の処方技術を活かしたスキンケアなど高機能製品を提供
- ・容器開発への取組/充填技術の高度化

クリーン・ビューティーへの積極取組

- ・全ての商品分野におけるクリーン処方や高付加価値製品の提供/ポートフォリオの拡充
- ・顧客のクリーン化ニーズに合致した機能性処方の開発
- ・クリーン・ビューティー/サステナブル・ビューティーの実現に向けた組織体制の構築
- ・クリーン・ビューティー/サステナブル・ビューティー製品提供に向けた各種規制対応・認証の取得

高収益体質への転換

- ・生産性・生産効率の向上/コスト競争力の強化
- ・つくば工場第3期拡張等により増強した設備能力のフル活用
- ・生産需要に合わせたファシリティの弾力運用
- ・外部コストの抑制

中長期事業戦略ビジョン

—2030年に向けて—

日本色材グループ企業理念

『私たちは、美しさと健康とを創りだすことで生活・文化の向上に貢献します。』

目指すべき2030年の姿

FY2022-2023

コロナからの復活と将来の成長に向けた
事業基盤の再構築

FY2024-2026

コロナからの復活・回復のモメンタムを
持続し、更なる成長へ

中期事業戦略ビジョン (2022-2026)

競争優位にある「強み」製品の 強化と拡大

- メイク領域をフルカバーできる守備範囲の広さを「強み」に積極的な営業展開
- マスカラ、口紅、ファンデーション、UV、パウダーなど、競争優位にある製品群をさらにブラッシュアップ
- メイク製品の処方技術を活かしたスキンケアなど高機能製品を提供
- 容器開発への取組/充填技術の高度化

クリーン・ビューティーへの 積極取組

- 全ての商品分野におけるクリーン処方や高付加価値製品の提供/ポートフォリオの拡充
- 顧客のクリーン化ニーズに合致した機能性処方の開発
- クリーン・ビューティー/サステナブル・ビューティーの実現に向けた組織体制の構築
- クリーン・ビューティー/サステナブル・ビューティー製品提供に向けた各種規制対応・認証の取得

高収益体質への転換

- 生産性・生産効率の向上/コスト競争力の強化
- つくば工場第3期拡張等により増強した設備能力のフル活用
- 生産需要に合わせたファシリティの弾力運用
- 外部コストの抑制

FY2026売上目標を
200億円レベルに嵩上げ

業績目標(FY2026)：連結売上高 **200億円レベル** (コロナ禍の終息・市場回復を想定)

基本戦略① (国内)
生産能力増強の推進/生産性向上
省力化に向けた戦略投資

基本戦略② (海外・仏国)
事業のグローバル化の加速化/親会社の
処方開発力を活かしたグループシナジーの最大化

基本戦略③ 組織・風土改革/人材育成

基本戦略④ ESG・サステナブル対応/安定した持続的経営基盤の構築

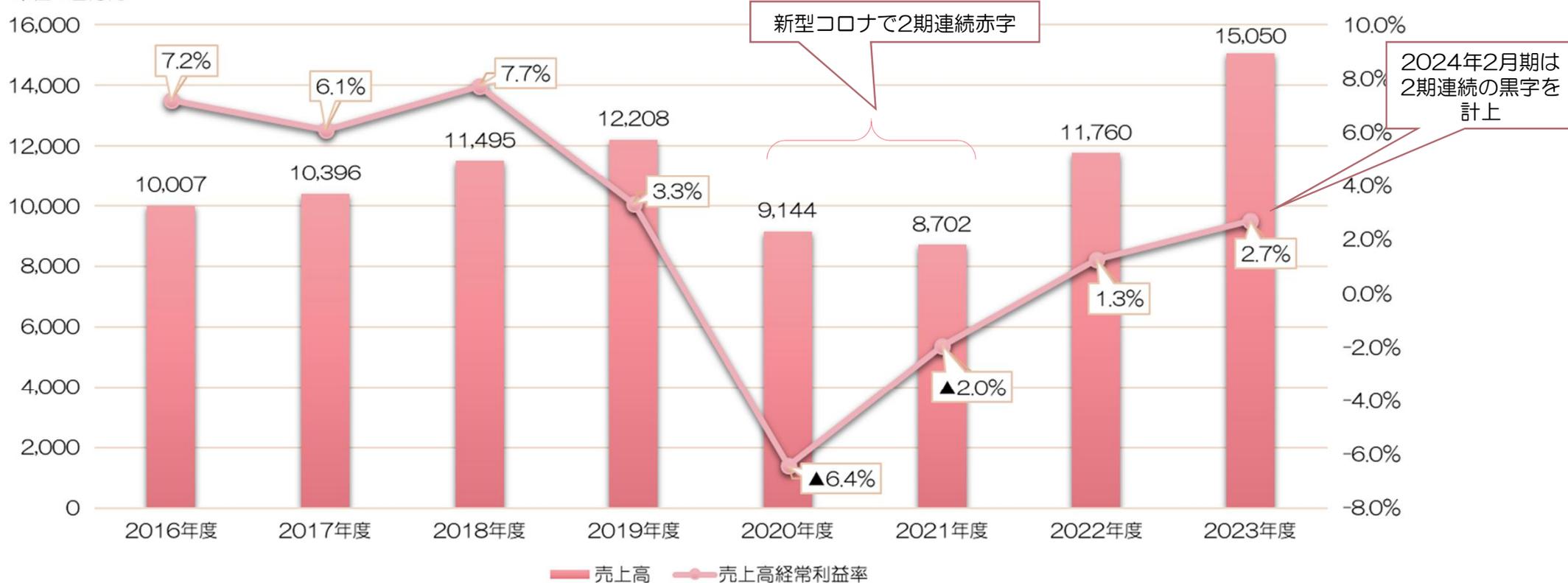
- 創業100周年
- メイクアップを中心に、グローバルに展開、機動力のある、「Only One OEM/ODM」
- 国内外の化粧品メーカーから最も信頼される化粧品OEM/ODM
- クリーン・ビューティー/サステナブル・ビューティーOEM/ODM No.1

連結業績の推移（2016年度以降）

○新型コロナによる赤字から復活して、2期連続黒字を計上！

- 売上は、2期続いた新型コロナ影響の最悪期を脱して、2023年2月期から増収傾向が続き、新型コロナ以前の水準を超える
 - ・能力増強投資で拡張した工場・設備の稼働を上げ、投資で高止まる各種コスト負担を打ち返し、黒字の定着・嵩上げを狙う

単位：百万円



2024年2月期 連結決算サマリー

注) NSI：日本色材工業研究所（単体）、TPC：テプニエ社、NSF：日本色材フランス社
 新型コロナ：新型コロナウイルス感染症（COVID-19）

2024年2月期 決算補足説明資料より

売上高

日本(NSI)、仏国(TPC/NSF)共に新型コロナ影響が大きく軽減、受注が回復して設備稼働も向上、前期比28%の増収
 ■日本：国内外各メーカーからの新製品を含む受注が回復・増加し、工場・設備の稼働は向上、増収に
 ■仏国：医薬品・メイクアップ双方の受注が好調、大幅増収に

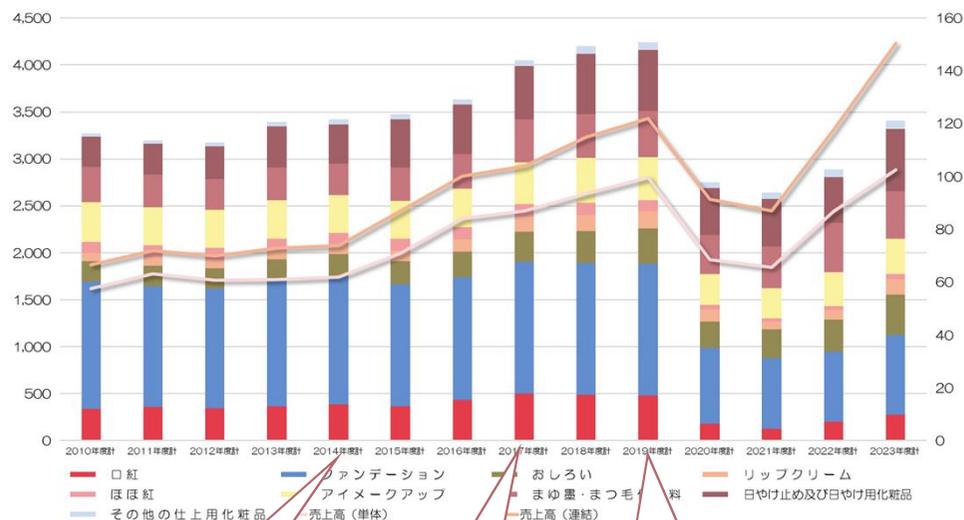
利益面

受注の回復で工場・設備稼働が改善して固定費を打ち返し、連結ベースで増益に
 ■日本：採用難による工数不足からの外注増や各種インフレによる費用増はあるが、稼働向上が貢献して増益に
 ■仏国：受注増、特に医薬品の大幅アップに伴う工場・設備稼働の改善が大きく貢献、大幅増益に

(百万円)	23年2月期 実績	24年2月期 修正予想	24年2月期 実績	前期比		予想比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	11,760	14,834	15,050	3,289	28.0 %	215	1.5 %
営業利益	161	482	441	279	173.0 %	▲ 40	▲ 8.4 %
売上高営業利益率 (%)	1.4 %	3.2 %	2.9 %	1.6 p	-	▲ 0.3 p	-
経常利益	148	423	407	259	174.9 %	▲ 15	▲ 3.6 %
当期純利益	246	348	398	151	61.6 %	49	14.1 %
減価償却費	796		855	58	7.4 %		
EBITDA	958		1,297	338	35.3 %		
EBITDAマージン (%)	8.2 %		8.6 %	0.5 p			

化粧品需要拡大に対応した、つくば工場3期拡張工事

○化粧品需要拡大に対応すべく、つくば工場第3期拡張工事に取り組むも、稼働直後に新型コロナで需要激減！



1号棟稼働 2号棟稼働 3号棟新設・稼働

- つくば工場拡張：
- 1号棟 (2014年3月～)
 - 1階：受付事務所 2階、3階：生産ライン
 - 2号棟 (2017年5月～)
 - 1階：0次更衣室 テストライン他
 - 2階：間接事務所 試験室 3階：生産ライン
 - 3号棟 (2019年11月～)
 - 1階：倉庫、製造ライン 2階：生産ライン

＜つくば工場稼働＞

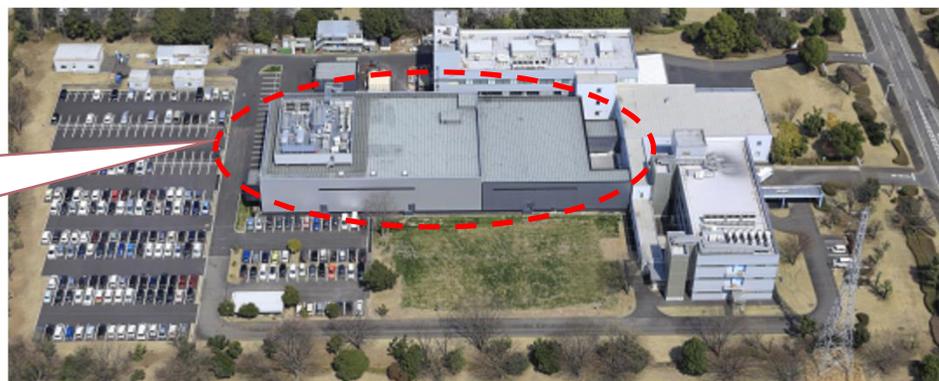
2014年に生産能力拡張策として新たに、つくば工場を設置

＜つくば工場3期拡張工事＞

- 座間工場に続く『国内二拠点目のバルク製造工場設置』
⇒BCP対策強化
- 北米向けOTC製品（cGMP）に準拠した生産エリアの設置
⇒OTC製品生産体制の強化

○新3号棟稼働直後に新型コロナで化粧品需要は激減

- 大型設備投資で固定費が膨らんだ所で受注が落ち、業績の大きな負担に
- ⇒足元、漸く稼働が上がり、投資効果を楽しみ、今後の稼働維持・向上が、当社の収益/収益性に貢献！



つくば3期
拡張工事で
新設した
3号棟

2025年2月期 通期連結業績予想 (2024/7/11改定)

グループ全体

- 2025年2月期も、国内・海外の経済は全般的には緩やかな成長を続け、化粧品需要も緩やかな回復・成長基調を見込む
 - ・ 昨年のマスク規制や新型コロナ分類の緩和を受けた新製品の発売が増えて受注は大きく回復するも、今後一旦は沈静化していく見込み
- 連結売上高は、足元底堅い受注を受けて、通期では前期比15.3%の増収を見込む(4/11開示予想の12.7%から上方修正)
 - ・ 特に上期は国内で受注回復の波や大口受注の影響を受けて好調を予想するも、下期は受注の沈静化で業績もやや弱含む見込み
 - ・ フランス子会社は、昨年度の回復ペースが鈍化してきている事から、期首時点予想を下回る見込み
- 回復・増加した受注に増強した設備を活用して対応、つくば3期等で嵩んだ諸費用を打ち返し、原材料や人件費、各種経費の上昇は単価への反映に注力、**前期に続いて通期黒字の継続・嵩上げを目指す**

[運営方針] セグメント別

- 日本
- アフター・コロナの主要顧客の新製品取組みや、異業種を含む新たなプレイヤーの動きに向けた積極的な営業攻勢を継続
 - 「クリーン・ビューティー」への意識が高い欧米顧客を中心に、個別ニーズに対応した高付加価値製品を提案
- 仏国
- 医薬品分野：マウス・ウォッシュ生産の拡大と既存分野での大型案件の獲得で、増強した設備を活用して収益嵩上げ
 - 化粧品分野：NSIの処方・技術の強みをアピール、欧米顧客のメイド・イン・フランスのニーズに対応して挺入れを図る

	2024年2月期 (前期)		2025年2月期 通期業績予想					2025年2月期 第1四半期 実績	
	(百万円)	通期実績	期首時点予想 (2024/4/11)	今回予想 (2024/7/11)	期首予想比 増減	期首予想比 増減率(%)	前期比 増減	前期比 増減率(%)	1Q実績
連結売上高		15,050	16,964	17,354	390	2.3%	2,304	15.3%	4,931
	(日本) ※	10,261	11,642	12,494	852	7.3%	2,233	21.8%	3,737
	(仏国) ※	4,955	5,575	5,118	▲456	▲8.2%	163	3.3%	1,214
営業利益		441	606	711	105	17.4%	269	61.0%	276
経常利益		407	490	600	110	22.6%	193	47.3%	262
親会社株主に帰属する 当期純利益		398	355	405	50	14.1%	7	1.9%	146

※セグメント間の内部売上高を含めて記載しております。

中長期事業戦略ビジョン

—2030年に向けて—

【中期事業戦略ビジョン(2022-2026)】『コロナからの復活・回復のモメンタムを持続し、更なる成長へ』

- [重点戦略①]競争優位にある「強み」製品の強化と拡大
- [重点戦略②]クリーン・ビューティーへの積極取組
- [重点戦略③]高収益体質への転換

※<ご参考>【中期事業戦略ビジョン(2012-2021)】

- [コア戦略①]成長投資：生産能力増強（つくば工場第3期拡張）、生産性向上/省力化に向けた戦略投資
- [コア戦略②]グローバル化加速化：マーケティング/R&D/生産活動のグローバル化推進

新型コロナの谷を
乗り越え、
成長ステージに

新中期事業戦略ビジョン
(2022-2026)

FY2026
連結売上高目標：
200億円

新型コロナ

中期事業戦略ビジョン
第1フェーズ(2012-2016) 第2フェーズ (2017-2021)

第1フェーズ

- 生産能力増強期
（つくば工場）
- 海外生産能力拡張期
（NSF社買収）

第2フェーズ

- 生産能力拡大期
つくば工場第3期拡張
- グローバル加速期
フランス子会社連携強化

第3フェーズ
現行戦略
ビジョン
(2022-2026)

- 競争優位にある「強み」
製品の強化と拡大
- クリーン・ビューティー
への積極取組
- 高収益体質への転換

創業
100周年

FY2011 FY2012 FY2013 FY2014 FY2015 FY2016 FY2017 FY2018 FY2019 FY2020 FY2021 FY2022 FY2023 FY2024 FY2025 FY2026 FY2027 FY2028 FY2029 FY2030

資本政策の考え方

○上場企業として持続的成長と企業価値向上を目指すべく、ROE2桁台を目指す！
 ・当面は、売上高利益率の改善、自己資本比率の改善、を重点課題/指標として運営

中長期的な目標

- **資本効率（自己資本利益率：ROE）の維持・改善と、資本コストの抑制を通じて、持続的成長と企業価値向上を目指す**
- ・ ROE目標：自社の資本コスト水準と一般的な投資家の期待水準に基づき、8%以上を維持しつつ、**10%以上を目指す**
 - ・ 当面は、下記の①**売上高利益率の改善**、③**自己資本比率の改善**、を重点課題/指標として運営
 - ー現状は、新型コロナによる赤字で自己資本を棄損した事で財務レバレッジが高まり、結果としてROEを押し上げ
 - ⇒健全な財務基盤を再構築しつつ、資本効率を維持・改善する事を目指す

ROEの維持・改善：↑（8%以上を維持、10%以上を目指す）

（ROE（利益/自己資本）＝ ①売上高利益率 × ②資産効率 × ③財務レバレッジ）

①売上高利益率の改善	利益/売上高：↑	<ul style="list-style-type: none"> ・ 受注を獲得、工場の稼働を向上させ、つくば3期投資等で上昇した固定費を打ち返す ・ 原材料費、人件費、光熱費、諸経費等のコスト上昇を、単価への反映で打ち返す
②資産効率の改善	売上高/資産：↑	<ul style="list-style-type: none"> ・ 工場の稼働を向上させ、全社として資産効率を向上させる ・ 採用が困難な環境下、省力化投資を推進する
③自己資本比率の改善 （財務レバレッジ抑制）	自己資本/資産：↑	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナによる業績悪化で毀損した自己資本を回復させ、財務安定性を回復させる ・ 財務レバレッジ抑制はROE改善にはマイナスだが、売上高利益率と資産効率の改善で打ち返す

資本コストの抑制：↓

- | | |
|----------|---|
| 資本コストの抑制 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 強み分野を中心に受注を着実に獲得し、業績の安定を図る ・ 決算説明会やホームページの情報開示資料の高度化等、IRの強化を推進する |
|----------|---|

個人投資家の方々を対象とした会社説明会を開始

配当政策につきまして

<基本方針>

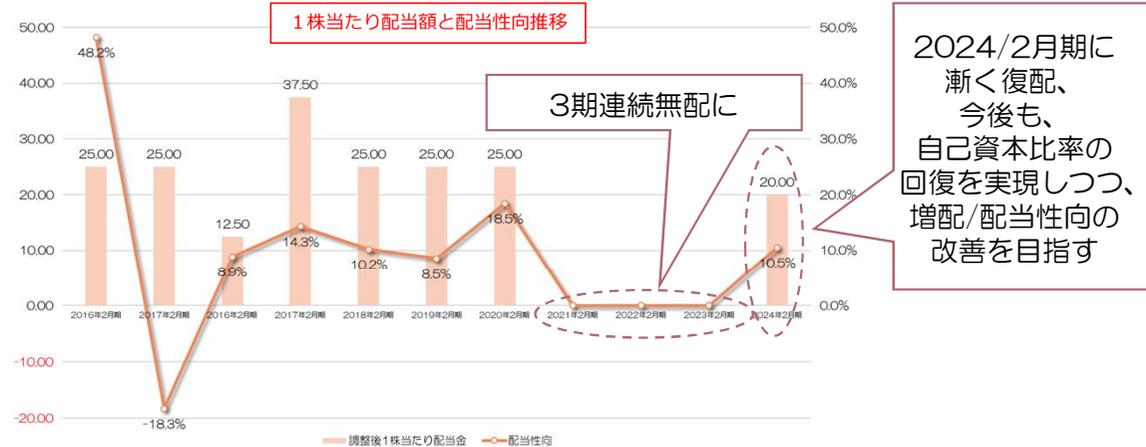
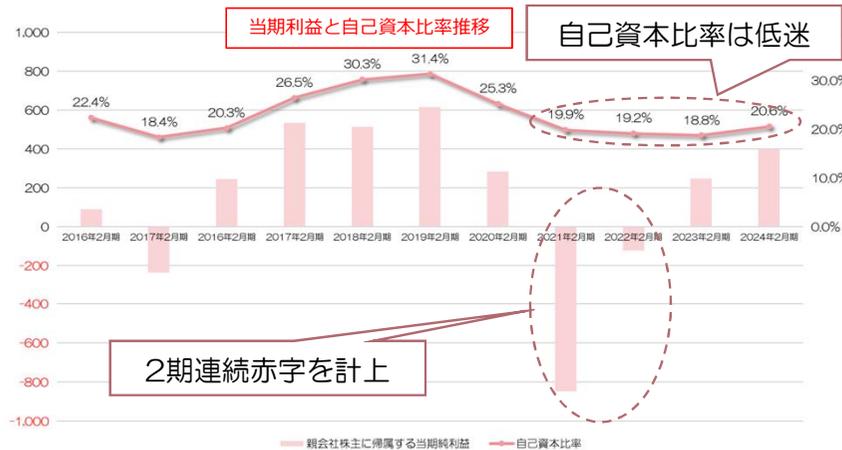
○当社は、資本効率の改善を通じて企業価値の向上を目指す中で、重要なステークホルダーである株主の皆様への利益還元を経営における重要課題の一つとして認識し、**継続的かつ安定した配当を実現することを基本方針**として、業績の伸展状況に応じて利益配当を行ってまいります。

<当面の方針と運営状況>

○また、株主の皆様の中長期的な利益には、継続的かつ安定した配当に加えて、企業価値向上による株価の維持・上昇も必要と考えております。そのためには、収益性の向上に加え、新型コロナ影響による業績悪化で大きく下がった自己資本比率/財務安定性を回復させて、持続的成長を実現していくことも必要と認識しており（資本政策ご参照）、**配当の金額につきましては、利益の水準と自己資本の充実に向けた内部留保の双方を勘案した上で実施していく方針**です。

○新型コロナによる業績の悪化を受けて、**2021年2月期から2023年2月期は誠に残念ながら無配とさせていただきます**。2024年2月期は、業績が大きく回復、2期連続黒字を計上することができましたので、**1株当たり20円の復配を実施**させて頂きました。

○2025年2月期は、現時点、**1株当たり20円の配当を予想**しておりますが、**今後の業績や自己資本比率の回復の度合いを勘案の上、継続的に検討**を重ねてまいります。



株主優待につきまして

○当社は、当社の研究・技術開発を含めた商品開発や業務について、株主の方々により良くご理解をいただきたく、当社開発の化粧品を株主優待品として年1回配布させていただいております。

株主優待品につきましては、当社が開発したクリーン・ビューティー処方や機能に優れた化粧品を選び、株主の方々にご使用・体験いただけます様、努めております。

今後も継続してまいりますので、ご愛顧いただけます様、どうぞ宜しくお願いいたします。



- ヴェール オブ ソレイユ <日焼け止めエッセンス>
SPF50+ PA++++
- ライク アリキッド <ファンデーション>

【過去の株主優待品情報】 毎年素敵な化粧品セットをお届けします

2020年度



- ファンデーション
- スキンケアクリーム
- アイライナー

2021年度



- 化粧下地/美容液
- 美容液

2022年度



- 口紅
- メイク落とし

2023年度



- アイシャドウ/
ハイライト
- リップカラー/チーク

ご清聴ありがとうございました



【お問合せ先】

株式会社日本色材工業研究所

企画・経理部

TEL : 03-3456-0561 (代表)

E-mail : info2@shikizai.com

<http://www.shikizai.com/japanese/ir/index.html>



本資料は、作成時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであり、リスクや不確実性を含んでおります。そのため、実際の業績等がこれらと異なる可能性があります。万が一この情報に基づいて損害を被った場合でも、当社および情報提供者は一切の責任を負わないことをご承知おきください。

Appendix : 参考資料

株式会社日本色材工業研究所 概要

設立年月日	1957年3月（1930年創業）
代表取締役会長（CEO）	奥村 浩士
代表取締役社長（COO）	奥村 華代
資本金	100百万円（2024年2月現在）
上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード市場（証券コード：4920）
株式	発行済株式 2,099,376株
連結売上高	15,050百万円（2023年度）
連結従業員数	837名（グループ連結2024年2月末現在）
本社	東京都港区三田五丁目3番13号
事業所	本社1 国内2工場 仏国2工場
決算日	2月末日
事業内容	化粧品・医薬部外品の製造受託及び研究開発受託（ODM・OEM） （仏国：医薬品・化粧品の製造受託）

「中期事業戦略ビジョン(2022-2026)」 「重点戦略」の進捗状況と取組み①

①. 競争優位にある“強み”製品の強化と拡大

- 新型コロナ環境下で当社の“強み”を活かした提案営業を展開
 - ・新型コロナ影響を受けにくい分野での処方開発・営業に取組み、受注回復の一因に
- お客様へのご提案の高度化に取組み
 - ・弊社開発処方・製品の特徴をより分かりやすく説明するために、メールマガジン、サンプルキット、動画情報などを積極的に活用
- 容器開発への取組み/充填技術の高度化
 - ・容器対応能力を強化し、トラブルの原因究明などに対応し、お客様へのサービス向上を推進

足元の取組み

- 回復する需要への対応
 - ・新型コロナ明けで急速に回復しつつある受注に対応
 - ・特にマスク着用が減った事で口紅などの受注が増加、追加設備投資や一部夜間操業も含めて対応中
- コロナ明けの新製品取組みへの対応
 - ・新型コロナ明けで、お客様各社も新製品発売の取組みを強化、当社開発処方を積極的に提案
- 容器対応力の強化
 - ・一部製品で処方・容器セットの提案に積極的に取組み

②. クリーン・ビューティーへの積極取組

- クリーン・ビューティー/SDGsに対応した処方開発・営業を展開
 - ・お客様のブラックリスト/グレーリストに対応した処方を開発、積極的に提案して受注を獲得、お客様のクリーン・ビューティー/SDGsへの取組みをサポートすると共に、最終消費者のお客様の健康・安全への要求にも応える
- サステナビリティ委員会を立上げ活動を開始
 - ・取締役会の諮問機関としてサステナビリティ委員会を組成、会社としての取組み体制を整備

足元の取組み

- 顧客ニーズに合った幅広い処方を提案
 - ・クリーン・ビューティーへの対応力を武器に、お客様の求めるクリーン度と機能のバランスに合った、幅広い処方の提案営業を展開
- サステナビリティ分野の取組みを推進
 - ・環境/パートナーシップ/高品質な製品提供/働き方・人財の分科会を立上げ、組織横断でSDGs関連の取組みを推進、まずは当社のマテリアリティを検討

「中期事業戦略ビジョン(2022-2026)」 「重点戦略」の進捗状況と取組み②

2024年2月期 決算
補足説明資料より

③. 高収益体質への転換

- 座間・つくば2工場での効率的な生産体制
 - ・新型コロナを機に2021年8月に吹田工場を閉鎖、座間工場・つくば工場の2工場体制での効率的な生産体制構築に注力
- 倉庫・物流体制の見直し
 - ・座間・つくば2工場での増産を見越して、外部倉庫を含めた物流体制を見直し、効率的な倉庫・物流体制の維持に注力
- 適正な見積り価格の維持
 - ・インフレで原材料費・人件費・光熱費・各種経費が上昇する中、お客様とコミュニケーションを密に行い、新規受注に際して物価上昇を反映した見積りをお示しすることで収益性の維持に努めると共に、見積りに見合った製品価値をご提供することで、お客様にご満足をいただけるよう鋭意取組み

足元の取組み

- 座間・つくば2工場の稼働向上
 - ・足元の受注増に対し、新型コロナ前に投資したつくば3期拡張の稼働は向上
 - ・一方で、採用難により工数確保が困難で稼働が急激に上がらず、外注加工が増加
 - ・一部請負も活用した内製工数の確保で一層の設備稼働の向上を目指す
- インフレへの対応継続
 - ・インフレによる原材料費・人件費・光熱費・各種経費の上昇が継続し、収益を大きく圧迫
 - ・お客様とのコミュニケーションを一層密に行い、新規受注に際して物価上昇を反映した見積りをお示しし、リピート受注に関しても人件費や諸物価の上昇を反映させていただくことにご理解をいただくことで、収益性の維持に努めるべく取組み

2024年2月期 連結キャッシュ・フロー

2024年2月期 決算補足説明資料より

- 営業活動によるキャッシュ・フローは黒字嵩上げで1,251百万円を計上、設備投資を増やしつつ、有利子負債を減額
- ・ 黒字の嵩上げで償却前利益が増え、増収に伴って営業運転資本も増加するが、営業活動によるキャッシュ・フローは増加
 - ・ 新型コロナ前に増強した既存設備の活用に注力するも、工場稼働の上昇に伴い各種投資も増加、投資活動によるキャッシュ・アウトも増加
 - ・ フリー・キャッシュ・フローは812百万円のプラスを維持、連結有利子負債を徐々に圧縮

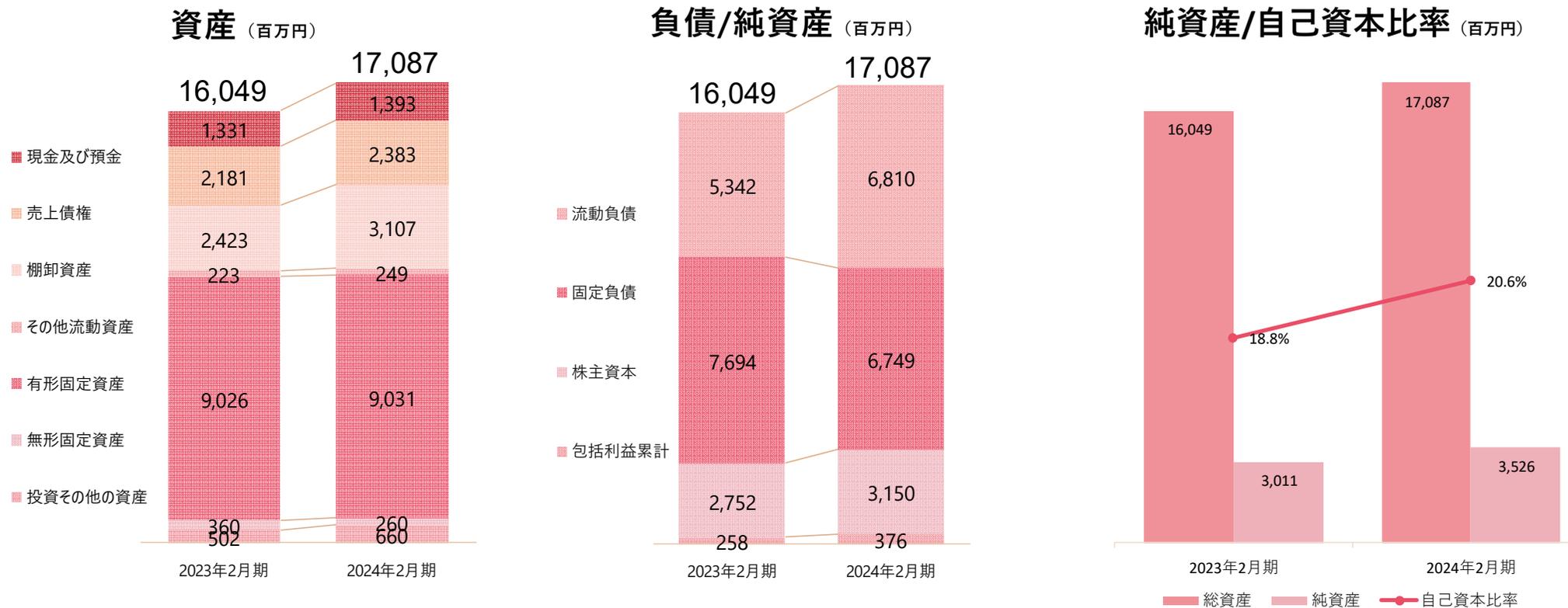
(百万円)	2022年2月期 通期	2023年2月期 通期	2024年2月期 通期
営業活動によるキャッシュ・フロー (A)	781	615	1,251
内、税金等調整前当期純利益	▲ 111	188	286
内、減価償却費	785	796	855
投資活動によるキャッシュ・フロー (B)	▲ 187	▲ 252	▲ 438
内、有形固定資産の取得による支出	▲ 239	▲ 273	▲ 659
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 338	▲ 413	▲ 697
内、連結有利子負債の増減額	▲ 338	▲ 412	▲ 697
内、配当金の支払額	0	0	0
現金及び現金同等物に係る換算差額	8	27	32
現金及び現金同等物の増減額	263	▲ 23	147
連結範囲の変更に伴う現金及び現金同等物の増減	-	29	-
フリー・キャッシュ・フロー ((A) + (B))	593	362	812
現金及び現金同等物の期末残高	1,222	1,228	1,375

2024年2月期 連結貸借対照表

2024年2月期 決算補足説明資料より

■ 総資産規模は、増収に伴う売上債権・棚卸資産増が大きく、160⇒170億円に増額

■ 黒字計上による純資産積み増しにより、総資産は膨らんだものの、自己資本比率は18.8%⇒20.6%に改善



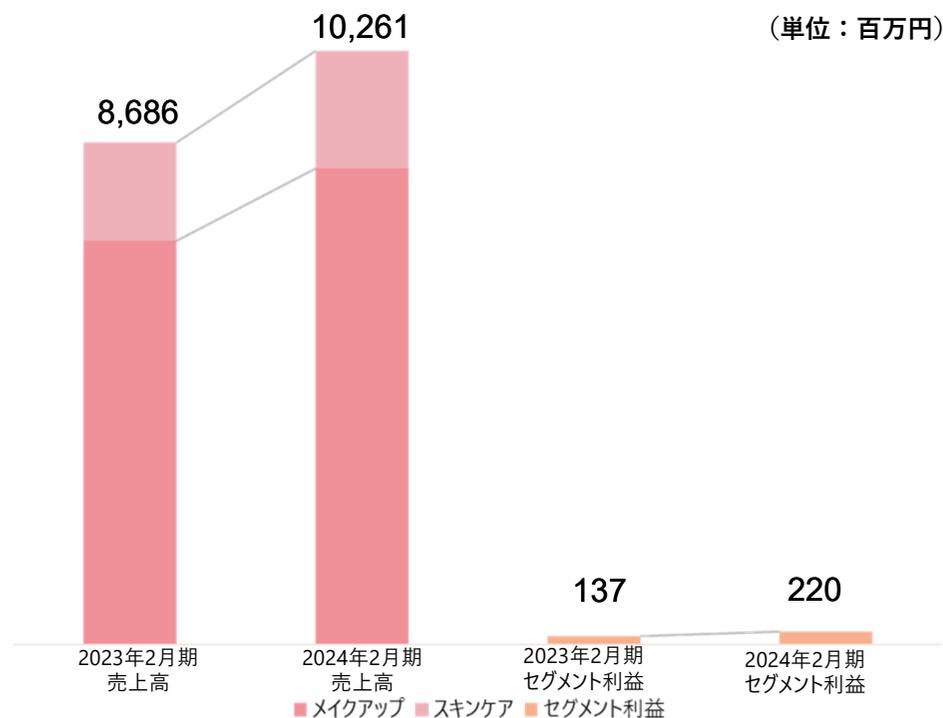
2024年2月期 セグメント概況（日本：日本色材工業研究所（NSI））

2024年2月期 決算補足説明資料より



株式会社 日本色材工業研究所

売上高 前期比	10,261百万円 +18.1%	セグメント利益 前期比	220百万円 60.5%
------------	---------------------	----------------	-----------------



- 日本でも新型コロナの社会・経済への影響は大きく軽減し、消費者のマインドも大きく改善
化粧品需要は、マスク着用習慣も残り、一部は未だに新型コロナ前を下回るが、回復の傾向が継続
- 国内外化粧品メーカーからの受注は、新型コロナ明けで新製品発売ニーズが高まった事もあり、特に新規案件で回復、売上高は前期比18.1%の増収
- 採用難でライン作業等々の社内工数の確保が間に合わずに外注が増え、原材料費や人件費、光熱費、各種経費もインフレで上昇しているが、つくば3期拡張等で増強した生産設備の活用で上昇した諸費用を打ち返して、セグメント利益は220百万円と前期比60.5%の増益に
- 化粧品需要は今後も引き続き回復を予想
お客様のニーズに沿った処方への提案や各種コスト抑制に努め、黒字の定着・嵩上げを目指す



2024年2月期 セグメント概況（仏国：テプニエ社(TPC)、日本色材フランス社(NSF)）

2024年2月期 決算
補足説明資料より



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

売上高 前期比	4,955百万円 +57.1%	セグメント利益 前期比	222百万円 +785.7%
------------	--------------------	----------------	-------------------

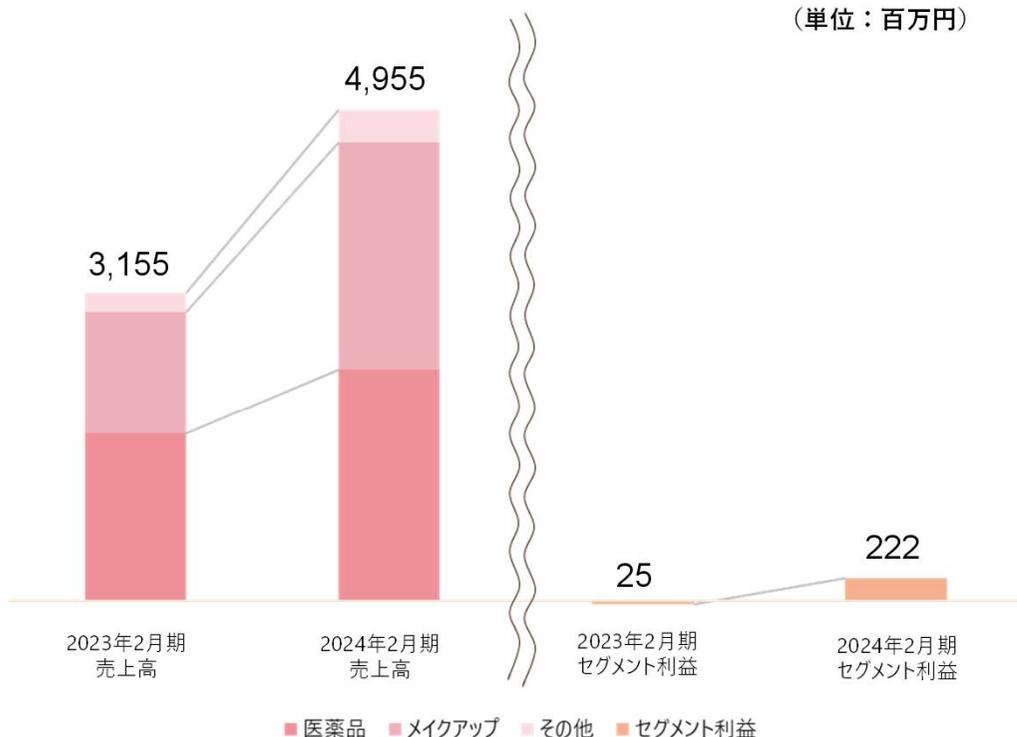
- 欧州では、日本に先行して新型コロナの影響が大きく軽減、化粧品や医薬品の需要は回復傾向
一方、ロシアのウクライナ侵攻や混乱する中東情勢は、資源・エネルギー価格上昇、物流遅延等を通じて、日本以上に経済に影響

- 医薬品・化粧品共に受注が大きく回復、売上高は前期比57.1%の大幅増収（円安の影響も）

- 大幅な受注増、特に医薬品の増収が、近年投資した設備の稼働向上を通じて利益に大きく貢献、設備能力増強に伴うコスト増を打ち返し、セグメント利益は前期比大幅増の222百万円に改善

- 欧州では、景気動向は先行き不透明ながら、引続き医薬品・化粧品共に需要は堅調に推移すると見込み、強化した設備を活用した増収、利益嵩上げを狙う
引続き、ロシアのウクライナ侵攻や中東での混乱が及ぼす影響（物価上昇、金利上昇、物流遅延、景気減速等）に留意

（単位：百万円）





○新型コロナ明けの受注を取込み、成長ステージに

日本色材（NSI）



株式会社 日本色材工業研究所

- メイクアップ全般を扱いつつ、弊社“強み”製品の拡大を目指す提案型ODMに
 - ・新型コロナ明けの、お客様の“攻め”の動きに、自社処方 of 積極的な提案で対応、受注獲得に向け全社一丸に
 - ・クリーン・ビューティー対応処方の開発・提案にも取り組んで、特に欧米メーカーからの大口受注獲得にも注力
- 生産設備の稼働向上で足元の受注増に対応
 - ・お客様からの受注拡大に、つくば3期等で増強した工場・設備稼働の向上で対応
 - ・外注・請負も活用して、必要工数を確保
- 継続するインフレへの対応
 - ・全般的なインフレは収益の圧迫要因となっているが、当面は継続する見込み
 - ・各種物価上昇の単価反映（新規・リピート）に関してお客様のご理解をいただくことで、悪化した収益性の回復に努める
- 日本におけるクリーン・ビューティーODMのリーダーに



○グループ連携を強化してフランス子会社をサポート

テプニエ社（TPC）



- 医薬品OEMとして、大型案件受注、生産拡大に注力
 - ・ 医薬品はOEMとして顧客処方生産を受託
 - ・ 主力は薬用歯磨き、顧客の拡大に注力中
 - ・ 薬用マウスウォッシュ等、取扱い製品の拡大に取組み中
- 投資した設備を効率的に活用してコスト競争力を維持
 - ・ OEMとして、コストや納期、品質が競争力の源泉
 - ・ 投資した5t乳化釜（薬用歯磨き等）や、準備中の液体20t釜（薬用マウスウォッシュ等）等を活用した効率的な生産の実現とコスト圧縮で価格競争力を強化
 - ・ 医薬品に対応した追加の倉庫も確保
- メイクアップやスキンケアも
 - ・ NSI処方を活かしたメイクアップや、現地処方スキンケアにも取組み

日本色材フランス社（NSF）



- 2017年に買収したメイクアップ専門子会社
 - ・ NSI開発処方製品を欧米ブランドに提案
 - ・ メイド・イン・フランスが可能なアドバンテージを最大限アピール
- 従来のパウダー（買収当初から）と油性固形の生産に注力すると共に、取扱い剤型の拡大も図る
 - ・ パウダーや油性固形等で、欧米ブランドからの受注（処方、規模等）に対応できる設備を導入
 - ・ 将来的に、幅広いNSI処方に対応できる体制を整備
 - ・ GMPに適応した生産・品質保証体制の強化を図り、安定的な生産の確保を目指す
- 減損を余儀なくされ、財務的なサポートも継続

- ◆ 親子間の連携を強化、グループ内の各種リソース（研究、技術、営業、品質、等）をフル活用
- ◆ 特に当面は、減損を余儀なくされたNSFへの各種サポートを強化

生産拠点の概要： 座間工場

敷地面積： 6,814 m²

延床面積： 8,967 m²

〈他に、広野台倉庫（延床面積） 2,810 m²〉

従業員数： 283名（2024年2月末現在 アルバイト・パート含む）

所在地： 神奈川県座間市

沿革： 1979 GMP基準に基づいた工場としてA棟新規設置

2003 ISO 9001:2000取得

2007 広野台倉庫 稼働

2018 ISO22716取得

座間工場



- 日本色材が開発する処方製品は全て製造可能
- 多種類の剤型の生産に対応可能

- 1979年以来日本色材の生産拠点の中心として稼働
- メイン工場であり各システムを先行して導入
- 生産管理システム・秤量システム

- 20年前よりISO取得によりQMSの整備が進み、
- 製品品質が安定した生産が可能

広野台倉庫



生産拠点の概要： つくば工場

敷地面積	: 34,902.20 m ²
延床面積	: 15,763.11 m ²
建物	: 1号棟 (2014年3月~) 1階: 受付事務所 2階、3階: 生産ライン 2号棟 (2017年5月~) 1階: 0次更衣室 テストライン他 2階: 間接事務所 試験室 3階: 生産ライン 3号棟 (2019年11月~) 1階: 倉庫、製造ライン 2階: 生産ライン
従業員数	: 204名 (2024年2月末現在 アルバイト・パート含む)
所在地	: 茨城県つくば市

(ISO22716認証取得)



1号棟



2号棟



3号棟

- 2014年座間・吹田工場に加え能力拡張として設置
⇒バルク・充填・包装能力増強

- 座間工場に続く『国内二拠点目のバルク製造工場設置』
⇒BCP対策強化

- ハード面から北米向けOTC製品 (cGMP) に準拠した製造エリアの設置
⇒OTC製品生産体制の強化



生産拠点の概要： THEPENIER PHARMA & COSMETICS S.A.S. (テプニエ社、TPC)

- 設立年月日：1973年4月（2000年に買収）
資本金：4,648,000ユーロ（2024年2月現在）
資本関係：NSI 100%出資
社長：蓼沼 直樹
従業員数：121名（2024年2月末現在）
本社・工場：Route Departementale 912,
Saint-Langis-les-Mortagne (61400), France



生産拠点の概要： Nippon Shikizai France S.A.S. (日本色材フランス社、NSF)

設立年月日： 2013年 (2017年1月に買収)

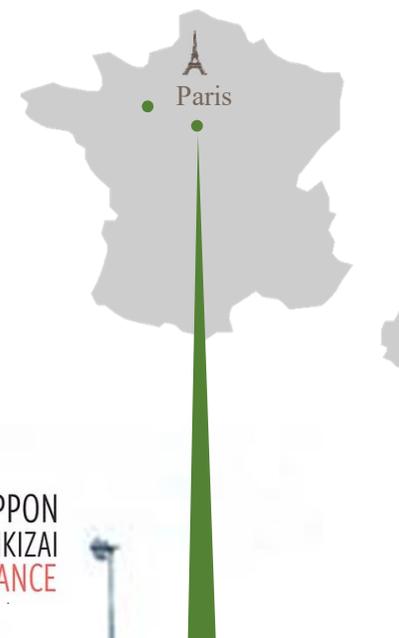
資本金： 1,145,000ユーロ (2024年2月末現在)

資本関係： NSI (84.9%) , TPC (15.1%) *
*TPCは当社の100%出資子会社

会長兼社長： 蓼沼 直樹

従業員数： 38名 (2024年2月末現在)

本社・工場： 73 rue des Fougères , Saint-Cyr-en-Val 45590, France



2017年1月26日、ORLEANS COSMETICS S.A.S.は
日本色材グループの一員になりました。

ORLEANS
cosmetics



NIPPON
SHIKIZAI
FRANCE



海外展開：海外展示会参加

Make Up in New York
2023年9月



Make Up in Paris
2024年6月

